



„BAPPTalk – die Wahlkampfanalyse“

Der erste Gast unseres BAPPTalks hat sich nicht nur auf nationaler Ebene, sondern auch weit über die Grenzen Deutschlands hinaus einen Namen als erfolgreicher Kampagnen- und Strategieberater gemacht. Politik- und Kommunikationswissenschaftler Julius van de Laar verhalf dem ehemaligen Präsidenten der USA, Barack Obama, bereits zweimal zum Sieg. Wir durften mit dem erfahrenen Wahlkampf-Experten über den bisherigen Bundestagswahlkampf 2021 sprechen.

Taner / BAPP: Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier zeigte sich jüngst besorgt über eine potentielle Schlammschlacht im Bundestagswahlkampf. Sind die Sorgen des Bundespräsidenten berechtigt?

JvdL: *Natürlich versucht aktuell jeder sich selbst, aber auch seinen politischen Gegner zu definieren. Die Umfragewerte liegen immer näher beieinander: Die SPD befindet sich langsam wieder im Aufwind, die Grünen stagnieren und Armin Laschet verliert immer mehr an Boden. In Anbetracht der vielen unterschiedlichen Koalitionsmöglichkeiten wird der Ton definitiv rauer. Jeder möchte den Wähler noch einmal abschließend von sich überzeugen und gleichzeitig deutlich machen, warum der politische Gegner die eigenen Vorzüge nicht mit sich bringt.*

Lennart / BAPP: Verspielt Armin Laschet auf den letzten Metern seinen Vorsprung? Dieser war vor kurzem noch sehr groß.

JvdL: *Armin Laschet hat dieses Jahr einen sehr guten Start hingelegt. Man darf nicht vergessen, wen er alles aus dem Weg räumen musste: Das waren nicht nur Norbert Röttgen und Friedrich Merz, sondern auch noch der Bayerische Ministerpräsident Markus Söder. Ebenso wie Hannelore Kraft, wenn man das Ministerpräsidentenamt hinzunimmt. Das hat uns gezeigt, dass er ein Wahlkämpfer ist, der gewinnen kann und in der Vergangenheit bereits oft gesiegt hat. Nun gerät die Kandidatur ins Wackeln – besonders im Zuge der Bilder im Kontext der Flutkatastrophe. Plötzlich schauen alle genauer hin und es beginnt eine Abwärtsspirale, aus der er aktuell versucht wieder hinauszukommen.*

Lennart / BAPP: Für Armin Laschet ist Markus Söder vermutlich ein „Entfant Terrible“ in den eigenen Reihen. Hat der Kanzlerkandidat den richtigen Umgang mit Söder gewählt?

JvdL: *Es gibt immer wieder Attacken von Herrn Söder. Zuletzt beispielsweise als er „einen härteren Schlagabtausch“ zwischen Laschet und den anderen Kandidaten forderte. Da stellt sich die Frage, ob es sich bloß um einen gut gemeinten Rat an Armin Laschet handelt oder Söder vielleicht vom Geschehen in Bayern ablenken möchte. Man darf nicht vergessen, wo die CSU aktuell in den Umfragen steht. Zusätzlich schneidet Markus Söder im Vergleich mit den Umfragewerten von Horst Seehofer vor zwei Wahlperioden deutlich schlechter ab. Armin Laschet dafür verantwortlich zu machen, dass es für die Union momentan so schleppend läuft, könnte den Fokus von Bayern und Markus Söder weglenken.*

Lennart / BAPP: Wie könnte die Union das Ruder jetzt noch herumreißen?



JvdL: *Zuerst müssen wir uns fragen, wo die Abwärtsspirale begonnen hat. Den ausschlaggebenden Moment haben wir noch alle gut vor Augen: #Laschetlacht mitten in der Flutkatastrophe, während der Bundespräsident sein Mitgefühl an die Opfer ausspricht. Das war definitiv ein Fehler der Kampagne. Da hätte jemand danebenstehen und aufpassen müssen, beispielsweise ein Pressesprecher, der sich dann ins Bild gestellt hätte, um den Anblick zu verhindern. Ich glaube, das hätte auch eine Geschichte von ein oder zwei Tagen werden können. Laschet hat es zuvor wirklich gut gemacht. Er sollte eigentlich schon am Vorabend nach Seon fahren, um sich dort mit der CSU und mit Markus Söder zu einem Gipfelgespräch zu treffen. Doch als Landesvater ist er natürlich in NRW geblieben. Mit Regencapen und Gummistiefeln hat er dort vor Ort medienwirksam Präsenz bewiesen – so hätte ich es an seiner Stelle auch gemacht. Am Nachmittag hätte er jedoch Annalena Baerbock und Olaf Scholz ins Krisengebiet einladen können, genauso wie Malu Dreyer und Angela Merkel es im Nachbarwahlkreis gemacht haben. Das hätte signalisiert: Es geht gerade nicht um den Wahlkampf oder um Politik, sondern um Empathie und Hilfsbereitschaft. Damit hätte er dann auch noch die Klima- und Umweltspezialistin und den Finanzexperten hinzugezogen. Schnell Hilfe zusichern, aber auch die richtigen Weichen für die Zukunft stellen: So hätte er Führungsqualitäten unter Beweis gestellt, die man sich von einem Kandidaten wünscht.*

Taner / BAPP: Was halten Sie von der Reaktion seines Teams im Hinblick auf diesen „Ausrutscher“?

JvdL: *Immer wenn man sich im Wahlkampf erklären muss, verliert man als Kampagne. Wer erklärt, verliert – das ist das Mantra. Zu sagen, dass es nicht so war und den Kamerawinkel verantwortlich zu machen, funktioniert nicht. Die effektivste Waffe in jedem Wahlkampf ist immer die Neuinformation. Dementsprechend hätte ich versucht, möglichst schnell das Thema zu wechseln. Wir haben es Anfang dieser Woche gesehen: Armin Laschet hat im Landtag in NRW gesagt „Wir müssen helfen“. Des Weiteren hat er gesagt, dass jede Familie mit Zuversicht in die Zukunft blicken darf und dass niemand schlechter dastehen wird als vor der Flutkatastrophe. Ich frage mich, wieso das so lange gedauert hat. Olaf Scholz hat unmittelbar Hilfen zugesichert. Armin Laschet hätte als CDU-Vorsitzender und Landesvater deutlich schneller reagieren können.*

Taner / BAPP: Ähnliche Ausrutscher gab es auch bei Annalena Baerbock, unter anderem im Zusammenhang mit den Plagiatsvorwürfen zu ihrem Buch. In der Folge brachen Schritt für Schritt die Verteidigungslinien ihrer Kampagne ein und das Krisenmanagement erwies sich als nicht sattelfest. Wieso passiert das bei den Grünen? Fehlt da vielleicht noch die Erfahrung?

JvdL: *Aus unserer externen Perspektive ist es natürlich leicht, die Fehler anderer aufzuzählen. Wahrscheinlich hätten die Grünen den Plagiatsjäger Herrn Weber, der die Übereinstimmungen aufgedeckt hat, das Buch vorab gegen Bezahlung gegenlesen lassen sollen. Gleichzeitig wissen wir aber auch alle, wie viel Zeitdruck und Stress mit einer Publikation verbunden sind. Wer sein Buch zu weit im Voraus schreibt, läuft wiederum Gefahr die eigentlichen Themen des Wahlkampfs zu verfehlen. Somit profitieren die Kandidaten im Wahlkampf meist gar nicht von der Herausgabe eines klassischen Wahlkampfbuchs. Retrospektiv Ratschläge zu geben, ist immer leicht. An Frau Baerbocks Stelle hätte ich vielleicht einen Bildband daraus gemacht, beispielsweise mit Vorher- und Nachher-Bildern von ihren zehn Lieblingsorten, die vom Klimawandel am stärksten bedroht sind. Das wäre vielleicht eine Möglichkeit gewesen, die Notwendigkeit für den Umweltschutz zu visualisieren und einen öffentlichen Diskurs anzustoßen.*



Taner / BAPP: Bis vor wenigen Wochen schienen die Grünen fast gleichauf mit der Union zu sein. Ist es Ihrer Meinung nach die Plagiatsaffäre gewesen, die im Wesentlichen Prozentpunkte kostete oder lässt sich die Entwicklung allgemein auf eine anfängliche, aber schnell abflachende Begeisterung für etwas Neues zurückführen? Ähnlich war es damals auch mit Martin Schulz. Ist dieser anfängliche Hype typisch für einen Wahlkampf?

JvdL: Martin Schulz war damals, ebenso wie Annalena Baerbock, ein in Deutschland noch relativ unbekannter Kandidat. Viele Menschen sehnen sich, besonders nach dieser unendlich lang scheinenden Pandemie-Zeit, nach einem Aufbruch, nach etwas Neuem. Dieses Narrativ hat Baerbock zunächst bedient. Doch dann ist jeder Wahlkampf wie eine Kernspintomographie der Seele – der Kandidat wird komplett durchleuchtet. Und wir Wählerinnen und Wähler möchten wissen, ob diese Person auch gutes Krisenmanagement betreiben kann. Wenn um drei Uhr nachts die Meldung kommt, dass Putin in der Krim einmarschiert, wenn irgendwo auf der Welt etwas in die Luft fliegt – kann diese Person sich dieser Krise stellen und sie bewältigen? Wie Kandidatinnen und Kandidaten im Wahlkampf mit Krisen umgehen, ist folglich eine Arbeitsprobe. Das ähnelt auch sehr den Vorwahlkämpfen, den Primaries, in den USA, wo sich die Kandidaten immer wieder aufs Neue beweisen müssen. Und das ist ein gesunder Prozess.

Taner / BAPP: Die Flutkatastrophe und die damit verbundene Diskussion um Klimaschutz-Maßnahmen hat eigentlich das Kernthema der Grünen bedient. Wieso folgte im Wahlkampf dennoch kein grüner Sprung nach vorne?

JvdL: Bisher ging es im Wahlkampf fast ausschließlich um die Corona-Krise und die Frage, wie wir diese bewältigen können. Armin Laschet hat bereits zu Beginn des Jahres von einem „Erneuerungsjahrzehnt“ gesprochen, in dem jede Menge softe Veränderungen in zahlreichen Bereichen von Digitalisierung bis hin zu Bildung erfolgen sollen. Dabei hat er auch betont, dass die Grünen bei dieser Erneuerungs-Politik einen ganz klaren Kontrast darstellen würden: Bei den Grünen gäbe es kein schrittweises Update, sondern die volle Revolution, sprich radikale Veränderungen. Und es scheint, als würde die Mehrheit der Bevölkerung das softe Update befürworten. Die aktuellen Umweltkatastrophen bedienen hingegen natürlich das Narrativ von Annalena Baerbock. Da sie jedoch keine Exekutive innehat, konnte sie nicht ins Krisengebiet reisen, um vor Ort möglichen Aufgaben nachzugehen. Wäre sie nun einfach angereist, hätte man sie als Störerin empfunden, die die Aufräumarbeiten behindert. Hinzu kommen sicher noch die ganzen Pannen der letzten Wochen: die Plagiatsaffäre, der Lebenslauf, die Zusatzzahlung, die sie bekommen hat. Das verunsichert natürlich. Und eine unsichere Kandidatin ist ein großes Handicap in jedem Wahlkampf.

Taner / BAPP: Was müsste jetzt noch passieren, damit die Grünen das Ruder herumreißen könnten?

JvdL: Aktuell liegt der Fokus noch auf Armin Laschet. Er muss jetzt erst einmal den Abwärtstrend stoppen. Wenn er wieder an Deutungshoheit gewinnt und zum Narrativ „softes Update vs. Radikale Revolution“ zurückgelangen kann, ist er auf einem guten Kurs. Wenn man sich die Umfrage-Konstellationen anschaut, dann ist er derjenige, der entscheiden muss, in welche politische Richtung es geht. Annalena Baerbock kann im Moment nur weiterhin versuchen, ihre Position zu stärken. Und wenn wir das Beispiel Saarland heranziehen, sehen wir, dass das eine große Herausforderung wird. Die Frage



Rheinische
Friedrich-Wilhelms-
Universität Bonn

Bonner Akademie
für Forschung und Lehre
praktischer Politik GmbH

ist natürlich auch, wie es mit Olaf Scholz aussieht, wenn sowohl die Union als auch die Grünen an Zustimmung verlieren. Dann gibt es plötzlich drei Parteien, die alle um die 20 Prozentpunkte haben. Rechnerisch würde es in diesem Fall wirklich spannend, welche Koalitionsmöglichkeiten am Ende übrigblieben.

Lennart / BAPP: Aktuell liegt Scholz ist in den Umfragen zu den Beliebtheitswerten mit Abstand weit vorne. Kann er tatsächlich noch der lachende Dritte werden?

JvdL: Im Moment ist er es auf jeden Fall. Doch die Umfragen zeigen auch, dass die Menschen zwar Olaf Scholz bevorzugen, mit der SPD aber nichts zu tun haben möchten. So eine Bundestagswahl wird eben nicht mit einer Personenwahl entschieden. Laut aktuellen Umfragen würden 17 Prozent die SPD wählen. Es kann ein paar Punkte nach oben gehen, aber da muss schon noch einiges passieren, vielleicht auch bei den zwei TV-Duellen. Der Sprung, der nötig wäre, damit Olaf Scholz möglicherweise der nächste Bundeskanzler werden könnte, stellt eine große Herausforderung dar. Olaf Scholz hat auf jeden Fall davon profitiert, dass die Aufmerksamkeit in den letzten Monaten fast ausschließlich auf Annalena Baerbock lag und jetzt auf Armin Laschet liegt. An sich ist es auch nicht schlecht, zunächst mit geringeren Zustimmungswerten zu starten. Man möchte nicht sofort aus dem Stand auf die 28 Prozent hochspringen, wie es bei Annalena Baerbock war. Das kann man als Kampagne auch nur bedingt planen. Sich langsam zu steigern und im Endeffekt vorne zu liegen, ist das, was man eigentlich möchte. Und wenn sich das Scheinwerferlicht noch auf Olaf Scholz richtet, gibt es auch einen Haufen Themen, die erst einmal in der Öffentlichkeit diskutiert werden müssen.

Lennart / BAPP: Die SPD beginnt im Wahlkampf gerade mit einer Attacke: Der neue SPD-Clip ist aktuell in aller Munde. Sehen Sie diesen als Gipfel des „negativ campaigning“?

JvdL: Ich würde es eher „Voter Education“ nennen (schmunzelt). Wir müssen dem Wähler natürlich nicht nur aufzeigen, wofür wir selber stehen, sondern auch wofür der politische Gegner steht. Der Spot soll zeigen, welche Leute sich hinter der Figur Laschet verbergen. Ich kann mir gut vorstellen, dass die eigene Basis durch diese extreme Polarisierung motiviert und mobilisiert werden kann. Und das ist ein enorm wichtiges Element in jedem Bundestagswahlkampf. Aber bei unentschlossenen Wählern bleibt so ein Clip meiner Meinung nach nicht hängen.

Lennart / BAPP: Der Spot ist auch sehr inhaltsleer. Wie erklären Sie sich, dass der bisherige Wahlkampf so inhaltsleer und größtenteils personenbezogen verlief?

JvdL: Weil die Themen so unfassbar komplex sind. Wer kann Inzidenzzahlen und Mutation mit einer hohen Wahrscheinlichkeit prognostizieren? Wer kann uns exakt sagen, was jetzt zu tun ist? Und das auch noch auf eine Art und Weise, wie Menschen sie hören möchten? Niemand möchte seinen Lebensstil jetzt und auf nicht absehbare Zeit fundamental ändern. Wenn man beispielsweise versucht, die beiden Themen Klimawandel und COVID-19 populistisch herunterzubrechen, ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass neue Erkenntnisse oder Entwicklungen diese in kürzester Zeit obsolet machen. Diese unetstetige Lage betrifft nicht nur die Geschehnisse innerhalb der Themenfelder, sondern auch die Umfragewerte. Das bedeutet natürlich auch, dass jetzt niemand großartig nach vorne preschen und nur noch ein Thema fokussieren möchte. Gleichzeitig befinden sich alle drei Kandidaten auf neuem Territorium: Zum ersten Mal in



der Geschichte der Bundesrepublik tritt der amtierende Kanzler – in unserem Fall die amtierende Kanzlerin – nicht mehr an.

Taner / BAPP: Sie sagen eben, Olaf Scholz' Problem besteht darin, dass er die SPD an seiner Seite hat. Was kann die SPD tun, um ihre Abwärtsspirale zu stoppen? Welchen Trend könnte sie jetzt gehen?

JvdL: Jeder Politiker trägt ja quasi dieses Mantra vor sich her, dass er zurück zu den Inhalten möchte. Und es benötigt natürlich auch die richtige Person, um diese Inhalte zu präsentieren. Aber ich glaube, es ist ein Trugschluss, dass sich Wahlkämpfe und Parteiprogramme immer in erster Linie um Inhalte oder Personen drehen. Die rudimentäre Herangehensweise eines jeden Wahlkampfes besteht darin, dass man sich die Frage stellt, welche Fragen sich die Wählerinnen und Wähler stellen. Eine entsprechende Kampagne ist dann die Antwort auf diese Fragen. Die richtig clevere Wahlkampfstrategie sieht anders aus: Man stellt sich die Frage, welche Fragen sich die Wählerinnen und Wähler stellen müssen, damit wir die richtigen Antworten liefern. Somit würde ich mir zuerst überlegen, was wir wirklich gut lösen können und was dann das passende Problem dazu ist. Dieses Problem wird dann in den Fokus gerückt. Es gibt den Grundsatz in der Politik, der lautet: Löse niemals ein Problem, das keiner hat. Oder im Umkehrschluss eben: Verkaufe das Problem, das du löst und nicht die Lösung. Wir müssen uns fragen: Was können wir echt gut? Was ist das dazu passende Problem? Wie können wir dieses Problem verkaufen, damit wir dann am Ende des Tages als Helden dastehen, die den Tag gerettet haben? Genau das würde ich auch der SPD empfehlen.

Taner / BAPP: Im direkten Vergleich zum amerikanischen Wahlkampf wird im deutschen Wahlkampf kaum auf Storytelling gesetzt. Insbesondere Obama hat nach der Bush-Administration mit dem Stichwort „hope“ für Aufbruchstimmung gesorgt. Fehlt uns solch eine Art von Kommunikation im Bundestagswahlkampf?

JvdL: Ich glaube, das Storytelling wird manchmal auch verkannt. Manchmal schauen wir zurück auf diese historische 2008er Obama-Kampagne und denken an „hope and change“. Da kommt dieser junge, dynamische Kandidat, der eine ganze Nation mitgenommen hat. Nicht vergessen dürfen wir die acht Jahre katastrophaler Politik unter George W. Bush. Obama stand danach als Einziger glaubwürdig für einen Neuanfang. Und bei Trump war es genauso. Ich bin kein Trump-Fan, aber rein kommunikativ können wir das ein oder andere von ihm lernen. Er hat es wirklich verstanden, das Problem zu verkaufen. Sein Slogan „Make America great again“ war in sich schlüssig: Amerika als einst großartige Nation und Trump als der Einzige, der das Land mit vermeintlich einfachen Lösungen wieder dahin zurückbringen kann. So wurde den Wählern vermittelt, dass die Bedrohungen so groß seien, dass es nun eben jemanden wie Trump brauche, um das Land wieder auf den richtigen Kurs zu bringen. Ich möchte auf keinen Fall, dass wir so eine Art von politischer Kultur in Deutschland erleben. Aber die Aufgabe von Parteien und Spitzenkandidaten besteht in erster Linie darin, Wahlen zu gewinnen. Zeit und Geld sind die knappsten Ressourcen im Wahlkampf. Dementsprechend ist es wichtig, so effektiv wie möglich zu kommunizieren.

Lennart / BAPP: Wagen Sie abschließend noch eine Prognose? Wer wird Ihrer Meinung nach Ende September neuer Kanzler oder neue Kanzlerin?

JvdL: Aktuell liegt die Union bei 25,5 Prozent, die SPD bei 17 Prozent, die Grünen bei 17 Prozent und die FDP bei 12,5 Prozent. Daran gemessen würde ich sagen, dass Armin



Laschet am 26. September wahrscheinlich die meisten Stimmen mit nach Hause nimmt. Vor genau vier Jahren lag die CDU bei 40 Prozent und ist am Wahltag vierzig Tage später mit 32,9 Prozent rausgegangen. Wenn wir das ungefähr auf 2021 projizieren, wäre Armin Laschet im Endeffekt bei 20 Prozent und die Grünen sowie die SPD wären bei jeweils 18 Prozent. Unter der Prämisse, dass Armin Laschet und die Union die meisten Stimmen bekommen, hätte er immer noch den Auftrag eine Regierung zu bilden. Dann würde er vermutlich als aller erstes bei Christian Lindner anrufen. Ich denke, dass die FDP nach den Erlebnissen von 2017 unabhängig davon, was passiert, mitmachen wird. Dasselbe kann man meiner Meinung nach auch über die Grünen sagen. Wenn ihnen Verantwortung angeboten wird, müssen sie diese auch annehmen, um das Klimaruder noch herumreißen zu können. Einen Gang in die Opposition würde ich daher kategorisch ausschließen. Die SPD ist hier in einer besseren Lage und hat schon so oft mitgemacht, dass sie das Ruder jetzt auch einmal aus der Hand geben könnte. Eine Deutschlandkoalition halte ich dennoch für plausibel. Olaf Scholz, Christian Lindner und Armin Laschet sind sich glaube ich alle relativ einig. Armin Laschet hätte dann nicht die große Problematik, mit den Grünen „common ground“ zu finden. Vielleicht wäre es sogar ein besseres Model als Jamaika, das mit Sicherheit auch möglich ist. Ob es für Schwarz-Gelb im Moment reicht, wage ich zu bezweifeln. Darüber hinaus stellt sich auch die Frage, ob es für eine Ampel reichen würde und ob Olaf Scholz unter Annalena Baerbock zusammen mit Christian Lindner arbeiten möchte. Dementsprechend glaube ich – Stand heute – an den Regierungsbildungsauftrag von Armin Laschet. Natürlich kann sich noch viel ändern.

Taner / BAPP: Alle scheinen ja sehr siegessicher zu sein. Die SPD, vor allen Dingen auch Olaf Scholz selbst, scheint davon überzeugt zu sein, den nächsten Kanzler zu stellen. Braucht man diesen Ton, wenn man einen Führungsanspruch stellt oder handelt es sich dabei zum Teil auch um Selbstüberschätzung?

JvdL: *Ich habe früher Basketball gespielt und stelle mir vor, wir würden jetzt zu den Olympischen Spielen fahren und in der Pressekonferenz würde man mich fragen: „Herr van de Laar, glauben Sie, dass Sie und die deutsche Nationalmannschaft Olympiasieger werden?“ Dann würde ich natürlich sagen: „Wir haben die letzten Jahre trainiert wie die Bekloppten, noch nie habe ich so viele Körbe gemacht. Natürlich wollen wir gewinnen, dafür treten wir an. Und ich glaube, wenn alles richtig läuft und sich bei den Amerikanern zwei, drei verletzen, haben wir eine Chance zu gewinnen.“*

Lennart / BAPP: Lieber Herr van de Laar, herzlichen Dank für die spannende Analyse und das aufschlussreiche Gespräch!